

Nordisk Ministerråds kommunikationsstrategi 2011–2013



ANP 2011:737

ISBN 978-92-893-2289-8

© Nordisk Ministerråd, København 2011

Layout: Hanne Lebech

Omslagsfoto: Image Select

Det nordiske samarbejde

Det nordiske samarbejde er en af verdens mest omfattende regionale samarbejdsformer. Samarbejdet omfatter Danmark, Finland, Island, Norge og Sverige samt Færøerne, Grønland og Åland.

Det nordiske samarbejde er både politisk, økonomisk og kulturelt forankret, og er en vigtig medspiller i det europæiske og internationale samarbejde. Det nordiske fællesskab arbejder for et stærkt Norden i et stærkt Europa.

Det nordiske samarbejde ønsker at styrke nordiske og regionale interesser og værdier i en global omverden. Fælles værdier landene imellem er med til at styrke Nordens position som en af verdens mest innovative og konkurrencedygtige regioner.

Nordisk Ministerråd

Ved Stranden 18
1061 København K
Telefon (+45) 3396 0200

www.norden.org

Indholdsfortegnelse

1. Ny kommunikation	3
2. Måltrettet kommunikation	5
3. Kommunikationsansvaret	7
4. Politisk kommunikation	9
5. Det nordiske samarbejdes kerneområder	11
6. Målgrupper	13
7. Målsætninger og målinger	17
8. Organisation	19

1. Ny kommunikation

Nordisk Ministerråd har styrket sin profil og sin rolle som politisk aktør og skaber af politiske netværk. Det gælder både inden for Norden og internationalt. Ministerrådet er i dag en aktiv stemme i den nordiske og internationale politiske debat og bidrager til samfundsudviklingen i de nordiske lande.

Nordisk Ministerråds kommunikation skal støtte landenes ambition om at fastholde og videreudvikle denne rolle i tråd med de politiske holdninger og visioner i landenes politiske ledelse. Det stiller nye krav til løbende tilpasning af Ministerrådets kommunikationsstrategiske arbejde.

Kommunikationen af det nordiske samarbejde handler overvejende om kommunikation af politik og holdninger. Politik i et aktuelt nordisk perspektiv med national forankring. Det stiller krav til anderledes differentieret kommunikation med større gennemslagskraft ikke bare i det offentlige rum, men også i forhold til de politiske beslutningstagere selv og den tilhørende centraladministration.

En bredere og dybere synliggørelse af de nordiske kerneværdier og det politiske samarbejde kræver, at kommunikation tænkes ind i alle grene og på alle niveauer i Nordisk Ministerråd og hos politikere i det nordiske samarbejde.

I en netværksorganisation som Nordisk Ministerråd skal kommunikationen også internt være med til at understøtte de forskellige enheders og projekters evne til at kommunikere politisk og tværsektorielt.

Endeligt kræver synliggørelsen og forankringen af Nordisk Ministerråds kernebudskaber og aktuelle politiske arbejde, at den fokuserede og prioriterede kommunikation fastholdes.

Kommunikationsstrategien udstikker rammerne for dette arbejde og understøttes af kommunikationsafdelingens operationelle handlingsplaner samt retningslinjerne for afdelingens tolke-, publikations-, og webenhed.

Politiske og kommunikative prioriteringer

Nordisk Ministerråds kommunikationsstrategi afspejler stats- og samarbejdsministrenes overordnede politiske prioriteringer. Strategien tager samtidigt højde for kravene om fleksibilitet i moderne politisk kommunikation i overensstemmelse med Ministerrådets grundlæggende værdier og højerestående politiske beslutninger.

Strategien tager endvidere højde for det politiske hovedfokus i Ministerrådets gældende formandskab, hvor dette falder inden for samarbejdets aktuelle politiske kerneområder.

De politisk prioriterede kerneområder er beskrevet i Nordisk Ministerråds aktuelle profileringsdokument, der danner grundlaget for Nordisk Ministerråds arbejde.

Kommunikationsstrategiens funktioner

Strategien har to hovedfunktioner: Den udstikker mål og retningslinjer for kommunikationen af det nordiske samarbejde. Samtidigt fungerer strategien som redskab til at måle effekten af Ministerrådets kommunikationsaktiviteter. En præcis mål- og resultatstyring ligger i forlængelse af NSK's fortsatte ønske om målbare resultater.

Kommunikationen vil fortsat fokusere stærkt på de gældende politisk prioriterede kerneområder, men er samtidig fleksibel i forhold til projekter og aktiviteter, der umiddelbart falder uden for, så længe de understøtter Ministerrådets overordnede politiske linje.

Endeligt vil Ministerrådets kommunikation fremover fortsat omfatte de ikke-formaliserede områder af det nordiske samarbejde. Indsatsen vil ske i det omfang, det understøtter det nordiske samarbejdes overordnede politiske profil.

2. Målrettet kommunikation

Kommunikationsstrategien skal sikre, at der er sammenhæng mellem det nordiske samarbejdes politiske prioriteringer og fokusområder på den ene side og kommunikationsarbejdets prioriteringer, aktiviteter og rapportering på den anden.

Kommunikationsstrategien skal understøtte en mere *målrettet* eksponering af det nordiske samarbejdes aktiviteter og resultater. Samtidig skal strategien også understøtte arbejdet med at, Nordisk Ministerråds medarbejdere, fagafdelinger og institutioner tænker kommunikativt.

Kort fortalt skal kommunikationsstrategien være med til at gøre det nordiske værdifællesskab håndgribeligt og vedkommende og derved effektivt synliggøre den nordiske merværdi og de områder, hvor det nordiske samarbejde gør en tydelig forskel.

Fokusering og styring

Landenes krav om politisk fokusering har styrket både synligheden og gennemslagskraften i det nordiske samarbejde. Det medfølgende stilskifte i Ministerrådets kommunikationsstrategiske arbejde udvikles derfor yderligere i takt med udviklingen i de politiske prioriteringer. Strukturen og organiseringen af arbejdet fastholdes.

Kommunikationsstrategien understøtter Ministerrådets tre overordnede indsatsområder: globaliseringsarbejdet, profileringsarbejdet og fokusområderne i det aktuelle formandskabsprogram. Hvert område er styrende for den overordnede arbejdsprioritering og konkrete kommunikationsindsatser.

Den praktiske omsætning af målene for kommunikationsstrategien bygger på separate kommunikationsplaner (handlingsplaner). Kommunikationsplanerne indeholder konkrete anvisninger på hvad, hvordan, hvornår og til hvem, der skal kommunikeres. Kommunikationsafdelingen laver planerne i tæt dialog mellem ministerrådets fagafdelinger, institutionerne samt nationale og regionale samarbejdspartnere.

3. Kommunikationsansvaret

Kommunikation er chefansvar og samtidigt et anliggende for hele organisationen. Det indebærer, at alle kommunikationsaktiviteter skal planlægges, budgetteres og evalueres på alle niveauer.

I Nordisk Ministerråds kommunikationsafdeling og i organisationens øvrige kommunikationsenheder findes der ekspertstøtte og kommunikationsfaglige kompetencer, som hele virksomheden kan trække på i arbejdet med at sikre Ministerrådets centrale rolle i det nordiske samarbejde.

Dette afsnit er en beskrivelse af kommunikationsafdelingens rolle i dette samlede arbejde og i profileringen af det nordiske samarbejde. Beskrivelsen gennemgår afdelingens vigtigste funktioner i forhold til NSK, GSK, chefgruppen, samt ministerrådets fagafdelinger og institutioner.

Kommunikationsafdelingen understøtter og profilerer det nordiske samarbejde. Afdelingen er Ministerrådets øjne og ører i den aktuelle offentlige debat og holder sig orienteret om centrale politiske diskussioner i Norden. Afdelingen fungerer i den sammenhæng som kommunikationsfaglig inspirator, rådgiver og sparringspartner for hele organisationen og dens placering i offentligheden og i den politiske debat. Den fungerer også som kommunikationsfaglig sparringspartner for Ministerrådets institutioner, kontorer og Huse, landenes fagministerier, og særligt det siddende formandskab.

Rådgivning og dialog

Samlet har hele kommunikationsafdelingen en kreativ og opsøgende funktion (afdelingens web-, tolke- og publikationsenheder har tillige en servicefunktion).

Afdelingen er med til at styrke ministerrådets dialog med omverdenen, herunder erhvervslivet, interesseorganisationer, landenes fagmiljøer, medier og politiske beslutningstagere. På den baggrund udbygger kommunikationsafdelingen løbende nye netværk, etablerer nye kommunikationskanaler og identificerer nye alliancepartnere.

Kommunikationsafdelingen har en proaktiv rolle, hvor afdelingen sammen med web-, publikations- og tolkeenhedens ekspertise rådgiver Ministerrådets fagafdelinger, institutioner og kontorerne i kommunikationsrelaterede spørgsmål.

I dialog med generalsekretæren og embedsmandskomitéerne leverer kommunikationsafdelingen input til fagministerierne til den aktuelle politiske dagsorden i hvert af de nordiske lande, samt Grønland, Færøerne og Åland. Kommunikationsafdelingen samarbejder særligt med de nationale ministeriers kommunikationsafdelinger og det aktuelle formandskab om kommunikationspotentialet i eksisterende og fremtidige projekter.

4. Politisk kommunikation

Fra politisk hold bliver der stillet stadig større krav om synlig værdi og dokumentation af kommunikationsarbejdet. Større synliggørelse af det politiske ejerskab og den konkrete politik kræver et vedholdent skifte væk fra en ensidig konventionel og presseorienteret informationsvirksomhed over til differentieret kommunikation baseret på dialog og målgruppeorienteret netværksarbejde.

En vigtig forudsætning for dette arbejde er en større integrering af det nordiske samarbejdes politiske forankring. Sammen med stats- og samarbejdsministrenes overordnede politiske prioriteringer og de aktuelle kerneområder udgør det kernen i det kommunikationsstrategiske arbejde og Ministerrådets politiske kommunikation.

Det er derfor afgørende, at samarbejdet fortsat udvides mellem kommunikationsafdelingen og ministeriernes kommunikations- og presseansvarlige inden for hvert fagsektor. Grupperne koordinerer kommunikationsarbejdet inden for pågældende område og sikrer den nationale (og nordiske) politiske versionering og forankring.

Anvendelse af ministre som løftestænger i kommunikationen

Nordisk Ministerråd har Nordens mest slagkraftige opdragsgivere i form af de nordiske ministre – fagministre såvel som statsministre.

Et skærpet succeskriterium er, at al kommunikation af det nordiske samarbejdes gældende kerneområder og overordnede politiske prioriteringer skal forankres hos en eller flere ministre. I praksis betyder det, at ministrene i videst mulig omfang skal inspireres til at bidrage personligt enten i form af deltagelse (eksempelvis ved konference eller seminar) eller på distancen (eksempelvis med en kommentar/et citat i pressemeddelelser/nyhedsbreve).

Inddragelsen af ministre sker som udgangspunkt på national basis, sådan at kommunikationen versioneres i forhold til det enkelte lands eller områdes aktuelle politiske situation.

Er direkte involvering ikke mulig skal ministrene og deres embedsmænd som minimum og på forhånd være orienteret om, at kommunikationen finder sted og har et indhold og en vinkel, der er relevant i forhold til deres interessesfære/fagområde.

Inddragelse af aktuelle temaer i vinklingen af konkrete budskaber

Alle aktiviteter skal forankres i aktuelle begivenheder eller temaer – eksempelvis politiske debatter eller sager i pressen. Afdelingen skal altid bestræbe sig på at se ud over egne aktiviteter – de er sjældent legitimerende i sig selv.

Synlig markering af egne standpunkter på Nordisk Ministerråds kerneområder

På vegne af generalsekretæren skal synspunkter trækkes op, så ingen er i tvivl om, hvad ministerrådet mener om det pågældende politiske tema, der kommunikeres om. Synspunkterne fungerer som supplerende kommunikationsmarkører til den overordnede politiske forankring hos ministrene. De konkrete handlingsplaner for hvert af politiske prioriterede områder indeholder en oversigt over aktuelle standpunkter på det pågældende område.

Større sprogligt vovemod

Nordisk Ministerråds budskaber skal vinkles skarpt, og nyheder formuleres kort, præcist og med politisk kant – især anvendelsen af overskrifter. I praksis bruger afdelingens medarbejdere hinanden som kritiske sparringspartnere.

5. Det nordiske samarbejdes kerneområder

Dette kapitel sammenfatter de aktuelt prioriterede kerneområder for det nordiske samarbejde set med kommunikationsøjne. Formålet er at gøre kerneområderne enkle og kommunikérbare i en enhver kommunikationssammenhæng, sådan at Nordisk Ministerråds målgrupper får et tydeligt billede af organisationens fokusområder og arbejde.

For at gøre kerneområderne kommunikérbare er de i nedenstående tabel tænkt sammen i en budskabsstruktur bestående af hovedbudskaber og underbudskaber.

Hovedbudskaberne opsummerer ministerrådets arbejde inden for hvert af de fire kerneområder og skaber på den måde et overblik, som gør kommunikationen omkring Ministerrådets arbejde mere tydelig og lettere for målgrupperne at forstå.

Hvert hovedbudskab er understøttet af en række underbudskaber, der ekspliciterer, hvad Ministerrådet gør konkret og politisk på hvert kerneområde. Underbudskaberne er således med til at gøre hovedbudskaberne mere konkrete.

Hvert kerneområde med tilhørende hovedbudskaber og underbudskaber understøttes af en række initiativer, som er de konkrete projekter organisationen arbejder med. De konkrete initiativer vil fremgå af de handlingsplaner, som skal udarbejdes for hvert kerneområde.

Med udgangspunkt i nedenstående hovedbudskaber og underbudskaber skal alle de konkrete initiativer kommunikeres til alle de relevante målgrupper. Her er det kommunikationsafdelingens rolle at rådgive hele organisationen om de kommunikative aspekter i planlægningsfasen af de konkrete initiativer, der hører til hvert kerneområde.

I den forbindelse er det nødvendigt at inddrage alle kommunikationsaspekter så tidligt som muligt i planlægningen af alle projekter og aktiviteter. Dette sker i samarbejde mellem fagafdelingerne og kommunikationsafdelingen.

NMR's kerne- områder	1. Kundskab og innovation <i>Norden er en førende kundskabs- og innovationsregion</i>	2. Klima, miljø og energi <i>Norden skaber klima-, miljø-, og energiløsninger for det nordiske globale marked</i>	3. Velfærd og kulturel samhørighed <i>Nordens unikke velfærdssamfund er båret af stærkt kulturel samhørighed</i>	4. Internationalt ansvar og engagement <i>Norden har et internationalt engagement og ansvar</i>
Hovedbudskaber for NMR	1. NMR arbejder for at styrke forskning, uddannelse og fri bevægelse af kundskab. 2. NMR arbejder for at styrke innovation i den private og offentlige sektor.	1. NMR fremmer udviklingen af bæredygtig miljøteknologi og bæredygtig udnyttelse af naturressourcerne 2. NMR fremmer udvikling, brug og eksport af bæredygtige energiløsninger	1. NMR udvikler Norden som en god region at investere, arbejde og leve i. 2. NMR udvikler fremtidsrettede nordiske kulturtilbud som svar på globaliseringens udfordringer	1. NMR samarbejder med lande og andre internationale aktører på områder af fælles interesse 2. NMR sætter de nordiske kerneværdier på den internationale dagsorden
Underbudskaber	1. Profilerer Norden som en førende region inden for forskning og innovation 2. Fremmer højere uddannelse og samspillet mellem højere uddannelse, forskning og erhverv 3. Støtter initiativer, der fremmer forskning og god uddannelse i Norden 4. Styrker nordisk topforskning og innovation inden for klima, energi, miljø, sundhed og velfærd 5. Arbejder for bedre rammebetingelser for forskning og forskningsfinansiering i Norden 6. Arbejder for bedre rammebetingelser for innovation, entreprenørskab og erhvervsudvikling i Norden	1. Stiller viden til rådighed for udvikling af energi- og miljøteknologi 2. Faciliterer samarbejde mellem erhvervsliv, forsknings-, miljø- og energisektoren 3. Formidler eksempler på nordisk miljøteknologi internationalt 4. Koordinerer samarbejdet om en fælles nordisk el marked 5. Arbejder for energieffektive løsninger i Norden og internationalt 6. Arbejder for en bedre udnyttelse af naturressourcerne i et foranderligt klima	1. Videreudvikler den nordiske velfærdsmodel i et europæisk og globalt perspektiv 2. Videreudvikler Nordens attraktive og konkurrencedygtige arbejdsmarked 3. Fjerner grænsehindringerne mellem de nordiske lande 4. Fremmer ligestilling på alle områder i de nordiske lande 5. Styrker videreudviklingen af det nordiske kulturliv 6. Styrker lovsamarbejdet i de nordiske lande	1. Fremmer universelle retsstatsprincipper, ytringsfrihed, demokrati, ligestilling og tolerance 2. Tager afsæt i de nordiske værdier i det internationale samarbejde om globaliserings muligheder 3. Styrker samarbejdet med Nordens naboer 4. Udvikler samarbejdet med regionale og internationale aktører

6. Målgrupper

Nordisk Ministerråds kommunikationsindsats retter sig mod både interne og eksterne og målgrupper. For at fokusere og resultatorientere indsatsen bliver målgrupperne nøje vurderet i forhold til deres betydning for de overordnede politiske prioriteringer, aktuelle kerneområder og konkrete aktiviteter. Dette afsnit gennemgår målgrupper og overordnede kommunikationskanaler.

En nærmere afgrænsning af målgrupper vil være forskellig fra projekt til projekt, fra kerneområde til kerneområde og vil derfor ikke findes i denne overordnede kommunikationsstrategi.

Den præcise definition af målgrupper findes i de fire separate handlingsplaner. Handlingsplanerne konkretiserer målgrupperne for hvert område i et omfang, så de kan fungere som praktisk platform for effekt-målinger (nærmere om målinger, se afsnit 7).

Interne målgrupper

De interne målgrupper er vigtige for den samlede kommunikationsindsats. Kommunikationsindsatsen rettet mod denne målgruppe har til formål at informere om målsætninger samt målinger forbundet med afdelingens kommunikationsindsats.

De interne målgrupper består af:

- NSK
- Embedsmandskomitéerne
- Nordisk Ministerråds Arbejdsgrupper
- Generalsekretæren
- Afdelings- og kontorcheferne i Nordisk Ministerråds sekretariat
- Kommunikations- og presseansvarlige i landenes fagministerier
- Nordiske institutioner og underliggende institutioner

Målsætningen med rapporteringen er, at de interne målgrupper oplever, at de får værdi ud fra den information, de modtager, ligesom målgrupperne involveres direkte og mere aktivt i profileringen af det nordiske samarbejde.

Rapporteringen indeholder ikke bare en bagudrettet status af målsætninger, succeskriterier og målinger, men er også fremadrettet. Det fremadrettede indhold består af information om kommunikationsaktiviteter, som kommunikationsafdelingen har i pipeline i forhold til de særlige indsatsområder under de aktuelle kerneområder.

Omstående skema giver et overblik over rapporteringens format og frekvens set i forhold til de enkelte interne målgrupper.

Interne målgrupper	Rapporteringens format	Rapporteringens frekvens
NSK	Skriftlig fremlægning af bagudrettede og fremadrettede aktiviteter. Afrapporteringen finder sted i direkte forbindelse med NSK-møder.	Frekvensen er afhængig af antal NSK møder
Embedsmandskomitéer	Face-to-face møder, hvor kommunikationsrådgiverne foretager en kort mundtlig præsentation af bagudrettede og fremadrettede aktiviteter	To gange årligt
Generalsekretæren	Kommunikationschefen foretager en mundtlig præsentation af bagudrettede og fremadrettede aktiviteter	Løbende
Afdelings- og kontorcheferne i NMR	Kommunikationsrådgiverne udarbejder en skriftlig rapport til afdelingscheferne af bagudrettede og fremadrettede aktiviteter. Kontorcheferne orienteres mundtligt.	Løbende

Eksterne målgrupper

Samlet set består de eksterne målgrupper af en meget heterogen gruppe af interessenter, hvis betydning kan variere fra kerneområde til kerneområde og fra aktivitet til aktivitet. Derfor er det nødvendigt at fastslå, hvilke målgrupper der har betydning for de enkelte kerneområder, projekter og kommunikationsaktiviteter.

Prioriteringen af målgrupper er nødvendig i forhold til alle forudgående kommunikationsstrategiske beslutninger og overvejelser om, hvad og til hvem Ministerrådet skal kommunikere.

Pointen med opdelingen af målgrupperne er således hele tiden at tage konkret stilling til, præcist hvem NMR kommunikerer til/med i forhold til aktuelle politiske prioriteringer. Dette er især nødvendigt for at måle effekten og gennemslagskraften af de tilknyttede kommunikationsindsatser.

For at illustrere hvordan arbejdet med målgrupperne foregår, angiver det nedenstående skema en inddeling i sekundære og primære målgrupper inden for hvert politisk prioriteret kerneområde. De primære målgrupper vil være genstand for direkte effektmålinger.

Målgrupper for kommunikationen:

Eksterne målgrupper	Kerneområde 1 Kundskab og innovation	Kerneområde 2 Klima, miljø og energi	Kerneområde 3 Velfærd og kulturel samhørighed	Kerneområde 4 Internationalt ansvar og engagement
Embedsmænd	<i>Primær</i>	<i>Primær</i>	<i>Primær</i>	<i>Primær</i>
Eksisterende interessenter	<i>Primær</i>	<i>Primær</i>	<i>Primær</i>	<i>Primær</i>
Politikere	Sekundær	Sekundær	Sekundær	Sekundær
Forsknings- og uddannelsesinstitutioner	<i>Primær</i>	<i>Primær</i>	Sekundær	Sekundær
Interesseorganisationer	<i>Primær</i>	<i>Primær</i>	Sekundær	<i>Primær</i>
Erhvervsvirksomheder	<i>Primær</i>	<i>Primær</i>	Sekundær	Sekundær
Opinionsdannere	<i>Primær</i>	<i>Primær</i>	<i>Primær</i>	<i>Primær</i>
Nyhedsmedier	Sekundær	Sekundær	Sekundær	<i>Primær</i>
Fagmedier	<i>Primær</i>	<i>Primær</i>	Sekundær	Sekundær
Offentligheden	Sekundær	Sekundær	<i>Primær</i>	Sekundær

De vigtigste målgrupper i kommunikationsarbejdet er opdelt i følgende niveauer:

- Alliancepartnere
- Dialogpartnere
- Informationsmodtagere

Ministerrådets alliancepartnere omfatter blandt andet Ministerrådets eksisterende og allerede engagerede interessenter (herunder modtagere af nyhedsbreve, ansatte på institutioner, ambassader etc.). Disse involveres aktivt i de politiske projekter og satsninger, sådan at de ser sig selv som medejere og er med til at videreformidle historien om projekterne.

Dialogpartnere er vigtige at have om bord på projekterne, sådan at de bidrager med deres perspektiv og input til de respektive projekter. De forventes ikke at være involverede i samme grad som alliancepartnerne.

Informationsmodtagere skal, som betegnelsen angiver, holdes grundigt informeret om alle aktiviteter men forventes ikke at bidrage aktivt til projekterne.

Både kommunikationsindsatsen og effektmålingerne skal indrettes, så de svarer til de overordnede målgruppers betydning for og rolle i projekterne.

En uddybende beskrivelse af målgrupper på lande-, organisations-, virksomheds- og individniveau indgår i de fire separate kommunikations- og handlingsplaner, der hvert år udarbejdes for hvert af det nordiske samarbejdes aktuelle kerneområder.

Ministerrådets kommunikationskanaler

En uddybende angivelse af kommunikationskanaler og netværk vil ikke findes i denne overordnede kommunikationsstrategi. Beskrivelse på detailniveau findes i de fire handlingsplaner knyttet an til hvert projekt.

Overordnet set anvender Nordisk Ministerråd i dag en række kommunikationskanaler til at nå sine målgrupper. Kanalerne kan deles op i følgende hovedkategorier:

Arrangementer

Omfatter bl.a. det årlige globaliseringsforum, symposier, konferencer, debatarrangementer og lignende.

Politiske og fagrelaterede netværk

Omfatter bl.a. embedsmandskomitémøder, formelle og uformelle kommunikationsnetværk mellem kommunikationsafdelingen og fagministerierne i landene,

Presse og medier

Omfatter medier i alle de nordiske lande og internationalt

NMR's publikationer

Omfatter bl.a. rapporter, årsopgørelser, årbøger, forskningsprojekter.

NMR's institutioner

Omfatter bl.a. Norden i Fokus, NMR-kontorer og INFO-punkter.

Dialogbaserede og sociale medier

Omfatter bl.a. Facebook, Twitter og blogs på de områder, hvor Nordisk Ministerråd ønsker at skabe debat eller en tæt personlig dialog med målgrupperne.

Disse kategorier er ikke statiske, men giver et øjebliksbillede af de kanaler kommunikationsafdelingen gør brug af i dag.

Afdelingen foretager løbende en evaluering af den aktuelle kommunikation samt kommende projekter og indsatsområder for at vurdere relevansen af nye kanaler.

7. Målsætninger og målinger

Kommunikationsstrategiens overordnede mål er at skabe maksimal synlighed, interesse og forståelse omkring det nordiske samarbejdes kerneområder og skiftende politiske prioriteringer (når disse har tydelige reference til det nordiske samarbejdes overordnede profil). Det gøres ved at arbejde systematisk med kommunikationsmålsætninger og målinger.

De konkrete målinger sigter mod at afdække:

- Målgruppens eksponering for Nordisk Ministerråds budskaber (synlighed)
- Målgruppens opfattelse af budskaberne (forståelse)
- Målgruppens reaktion på budskaberne (handling/engagement)

Da kerneområderne og de politiske prioriteringer er tematisk forskellige og håndteres separat i NMR, vil målingerne også have forskellig karakter. For nogle projekter vil bred eksponering inden for målgrupperne eksempelvis være at foretrække. For andre er det mere relevant at skabe konkret handling blandt en mere snæver kreds af modtagerne.

Den ansvarlige for kommunikationen på hver kommunikationsindsats foretager en konkret vurdering af målsætninger og målemetode fra projekt til projekt.

Eksempel:

NMR vil skabe opmærksomhed for en ny type forskning på miljøområdet blandt små og mellemstore virksomheder. Målsætningen er derfor at sikre eksponering i alle relevante fagmedier og tillæg i dagbladene. Målemetoden ville være en kvantitativ optælling af presseklip med en kvalitativ vurdering af artiklernes indhold.

Eksempel:

NMR vil øge samarbejdet mellem institutledere på udvalgte nordiske uddannelsesinstitutioner og har til formålet inviteret til en konference. Målsætningen er at skabe forståelse for budskabet om behovet for stærkere samarbejde, og at få deltagerne til at drøfte konkrete projekter. Målemetoden er et spørgeskema med relevante spørgsmål, som udleveres til deltagerne på konferencen og sendes til de inviterede, som valgte ikke at deltage i konferencen.

Valget af målsætninger og målemetoder bygger på en vurdering af målgruppernes betydning og karakter. Den følgende beskrivelse af arketyper blandt målgrupperne skal understøtte den konkrete vurdering:

Alliancepartnere

Kommunikationsmålene for alliancepartnerne består i at skabe involvering og engagement gennem kommunikationsindsatsen. Det kan bl.a. gøres ved at inddrage de relevante målgrupper tidligt i projekternes forløb og dermed gøre dem til medejere af projekterne. Målingen af denne type indsats skal være kvalitativ og kvantitativ.

Dialogpartnere

Kommunikationsmålene for dialogpartnerne består i at involvere og informere. Her skal målgrupper ikke handle aktivt, men have en tilstrækkelig grad af interesse for projekterne, der fører til, at de bidrager med deres perspektiver på de givne projekter. Målingen af denne type indsats skal ligeledes være kvalitativ og kvantitativ, således at NMR KOMM har mulighed for at justere kommunikationsindsatsen.

Informationsmodtagere

Kommunikationsmålene for informationsmodtagerne er at skabe synlighed omkring projekterne. Målingen af indsatsen skal være kvantitativ med fokus på synlighed.

De første målinger på hvert kerneområde fungerer som nulpunktsmålinger og danner dermed udgangspunkt for den kontinuerlige evaluering af kommunikationsindsatsen.

8. Organisation

Kerneområder og projekter

Hvert kerneområde får tilknyttet en kommunikationsrådgiver, som bliver ansvarlig for at identificere de projekter (proof points), der skal indgå i de separate kommunikationsstrategier og handlingsplaner på hvert kerneområde.

Identifikationen sker i tæt samarbejde med afdelingscheferne, kontorcheferne og fagrådgiverne. Vurderingen af de enkelte projekters kommunikationspotentiale udføres i samarbejde med kommunikationschefen.

Ansvar for planer, målsætninger og målinger

Kommunikationschefen har det overordnede ansvar og skal godkende handlingsplanerne på hvert kerneområde. Kommunikationschefen har løbende kontakt til GS og de to kontorchefer for at afstemme arbejdets politiske hoved- og underbudskaber.

Kommunikationsrådgiverne har ansvaret for at udarbejde handlingsplanerne, opstille målsætninger og iværksætte målinger inden for de kerneområder, som de hver især er tovholdere på.

Kommunikationsrådgiveren på hvert kerneområde har det fulde ansvar – også selvom der måtte være flere rådgivere tilknyttet et eller flere projekter på deres kerneområder. En seniorrådgiver har ansvaret for, at planerne spiller sammen og at planerne overholder retningslinjerne i det overordnede strategidokument.

Ansvar for rapportering

Kommunikationsrådgiverne rapporterer til og har direkte reference til kommunikationschefen. Forud for hvert møde i NSK afreporterer kommunikationschefen skriftligt hovedpunkterne i kommunikationsafdelingens arbejde.

Derudover rapporterer kommunikationsrådgiverne løbende til embedsmandskomiteerne og orienterer afdelingscheferne og kontorcheferne i sekretariatet om kommunikationsafdelingens arbejde.



norden

Nordisk Ministerråd

Ved Stranden 18
DK-1061 København K

www.norden.org

Nordisk Ministerråds kommunikationsstrategi 2011–2013

Nordisk Ministerråd har styrket sin profil og sin rolle som politisk aktør og skaber af politiske netværk. Det gælder både inden for Norden og internationalt. Nordisk Ministerråds kommunikationsstrategi afspejler således stats- og samarbejdsministrenes overordnede politiske prioriteringer. Strategien tager samtidigt højde for kravene om fleksibilitet i moderne politisk kommunikation i overensstemmelse med Ministerrådets grundlæggende værdier og højerestående politiske beslutninger. Strategien tager endvidere højde for det politiske hovedfokus i Ministerrådets gældende formandskab, hvor dette falder inden for samarbejdets aktuelle politiske kerneområder. De politisk prioriterede kerneområder er beskrevet i Nordisk Ministerråds aktuelle profileringsdokument. Nordisk Ministerråds kommunikationsstrategi gælder for perioden 2011-2013.